

# #TA19 - TalentAttract19

03. - 04. 12., Vienna



SUPPORTED BY



Als ein Highlight des Events werden am Abend des ersten Konferenztages die **Employer Branding Awards „Beste Arbeitgebermarke 2019“** an herausragende Initiativen und Projekte verliehen!



powered by

Magenta®

Die Presse

personal manager

organized by



wooome

SYMBIOSIS STRATEGY & BRANDING

[www.talent-attract.com](http://www.talent-attract.com)



# #TA19 - TalentAttract

KEY NOTES, BREAKOUT SESSIONS, WORKSHOPS, DISKUSSIONSRUNDEN, NETWORKING!

## HOL' DIR SPANNENDE INSIGHTS RUND UM:

- Social Recruiting & Recruitment Analytics incl. AI
- Talent Attraction & Sourcing
- Employer Branding & Employee Experience
- Future of Work & Digital HR

## DIE ZIELGRUPPE

Das Event richtet sich an HR'ler und Kommunikatoren, die für Employer Branding, (Social Media) Recruiting, HR Marketing, Talent Management, Interne Kommunikation, Change Management bzw. Organisationsentwicklung zuständig sind bzw. sich für diese Themen interessieren.



### KNOWHOW – State of the Art:

Holen Sie sich neue Impulse zur Stärkung Ihrer Arbeitgeber-Marke. Durch Fallbeispiele renommierter Unternehmen und erfahrener Praktiker.



### HANDS ON APPROACH:

Erarbeiten Sie in Workshop-Sessions gemeinsam mit den Teilnehmenden Lösungen für Ihre Herausforderungen.



### CAMPS:

Bringen Sie Ihre brennendsten und aktuellsten Fragestellungen mit und diskutieren Sie diese mit Experten und Praktikern in den Erfahrungsaustausch-Camps.



### NETWORKING:

Erweitern Sie Ihre berufliches Netzwerk mit Gleichgesinnten aus Marketing, Kommunikation und HR.



### Zertifikat:

Holen Sie sich ein Teilnahmezertifikat der Branding Academy für Ihren CV.

# KEY-NOTES:

Kurzfristige Änderungen bei Programmablauf und Referenten vorbehalten



**Univ. Prof. Dr. Markus Hengstschläger**  
Vorstand des Instituts für  
Medizinische Genetik  
Medizinische Universität Wien

## Wie manage ich (m)ein Talent?

Ob Industrie 4.0, Migration oder die digitale Transformation – die Gesellschaft untersteht heute einem permanenten und schwer vorhersehbaren Wandel. Um für einen sich immer rascher ändernden Markt gerüstet zu sein müssen Innovationen ständig neue Wege eröffnen. Wer einen neuen Weg gehen will, muss (s)ein Talent nutzen um den alten Weg zu verlassen.

Was ist überhaupt ein Talent und wie kann es gefördert werden? Jeder Mensch kommt mit individuellen genetischen Leistungsvoraussetzungen zur Welt. Diese müssen durch harte Arbeit entdeckt und durch „extra miles“ in eine hervorragende Leistung umgesetzt werden. Sich dabei zu sehr auf das Bekämpfen von Schwächen zu konzentrieren raubt nur Zeit sich seinen Stärken zu widmen und generiert Durchschnitt, den größten Feind von Innovation. Nicht blauäugige Optimisten, nicht Ängste und Pessimisten – wir brauchen Possibilisten.



**Klaus Fetka**  
Personalleiter Österreich  
Porsche Holding GmbH

## Porsche Holding Careers: Wie man eine Arbeitgebermarke mit Profil und Persönlichkeit kreiert

Die neue Porsche Holding Arbeitgebermarke soll sowohl intern die Mitarbeiter überzeugen und zu Markenbotschaftern machen als auch extern potentielle Interessenten begeistern. An genau dieser Schnittstelle zwischen Mitarbeiter- und Bewerberinteressen sowie Unternehmenspositionierung setzen wir mit unserer Employer Branding Strategie an und schaffen eine Arbeitgebermarke mit Profil und Persönlichkeit, die nicht nur Köpfe sondern auch Herzen begeistert. Über den Prozess der Positionierung und die ersten Umsetzungserfahrungen berichtet.



**Martina Wolfgruber-Neubauer**  
Head of Talent Network  
Infineon Technologies Austria AG

## Talent Acquisition Strategie bei Infineon: Key Functions, Candidate Personas & Relationship Management

Vom Sales & Marketing Prinzip lernen: Das Key Account Manager Prinzip im Recruiting. Wie man mit Key Functions und Candidate Personas die Kandidatenansprache individualisiert und punktgenau ausrichtet. Digitale Strategien und beziehungsorientiertes Talent Marketing: der richtige Mindset im Unternehmen ist der Erfolgsfaktor für erfolgreiche Talent Aquisition. So werden Hiring Manager zu Talent Ambassadors und Recruiter zu Relationship Manager.



**Alexandra Eichberger**  
Vice President  
Change & HR Excellence  
Magenta Telekom

## Du, wir, Magenta

Im Rahmen des Mergers von T-Mobile Austria und UPC Austria ist Magenta Telekom, der neue Komplettanbieter am österreichischen Telekommunikationsmarkt, entstanden. Mit Magenta gestalten wir eine digitale Zukunft, die Sinn stiftet und Freude bringt, die spannend und aufregend ist, fasziniert und inspiriert. Magenta ist nicht nur eine Farbe oder ein Name, sondern eine Vision: Das ultimative Versprechen für die digitale Zukunft Österreichs. Wir sind überzeugt, dieses können wir nur mit engagierten, mutigen Kolleginnen und Kollegen, die bereit sind mit uns neue Wege zu gehen, umsetzen. Daher brauchen wir einen neuen Arbeitgeberauftritt, der dem neu entstandenen Unternehmen und der neuen Marke gerecht wird. Im Rahmen des Vortrags gewähren wir Blicke hinter die Kulissen von „Du, wir, Magenta“. Wir sind Magenta. Du auch?



**Prof. Dr. Armin Trost**  
Professor für Personalmanagement

## Die Entwicklung einer wettbewerbsfähigen Strategie zur Personalgewinnung

Moderne Personalgewinnung umfasst eine Vielzahl an Instrumenten und Ansätzen. Man denke hier an Employer Branding, Mitarbeiterempfehlung, Stellenanzeigen, Talent Communities, Personalberatung, Active Sourcing etc. Allerdings hilft hier viel nicht immer viel. Eine wettbewerbsfähige Personalgewinnungsstrategie definiert, welche Ansätze, Ressourcen und Rollen für welche Bedarf geeignet erscheinen.



**Stefan Salzer**  
Global Head of Human Resources  
Red Bull GmbH

## Wie Red Bull mit Wingfinder Talent Flügel verleihen

Wie gelingt es Mitarbeiter auf Basis ihrer Talente auszuwählen, sie dabei zu unterstützen ihre Potentiale zu erkennen und ihnen zu helfen zielgerichtet ihre individuellen Stärken auszubauen?

Diese ist die zentrale Aufgabe der HR Abteilung von Red Bull, die von Stefan Salzer geleitet wird. In Zusammenarbeit mit einem Team renommierter Psychologen der Columbia University New York sowie des University College London hat Red Bull das Tool Wingfinder ([www.wingfinder.com](http://www.wingfinder.com)) entwickelt, das Mitarbeitern, Kandidaten aber auch allen anderen Interessierten hilft, ihre eigenen Stärken zu erkennen und diese weiter zu entwickeln.

# PRAXISBEITRÄGE:

Kurzfristige Änderungen bei Programmablauf und Referenten vorbehalten



**Edda Rettinger**  
Head of People Attraction  
Digital Business



## „Die Todsünden der Talent Acquisition“

Der „Battle for Brains“ nimmt an Intensität und Kreativität weiter zu. Talente und KandidatInnen sind das „neue Gold“, welches es zu finden und zu bergen gilt. Begriffe wie „Active Sourcing“, „Direct Search“, „Social Media Recruiting“ und „Employer Branding“ sind in aller Munde. Viele Unternehmen verfügen bereits über spezialisierte Talent Acquisition Experts oder investieren in den Aufbau entsprechender Skills und Kompetenzen. Der Gewinnungsprozess ist aufwendig, komplex und birgt viele Stolpersteine und potentielle Fallstricke, die final zum Scheitern führen können. Was sind die absoluten „Todsünden“ und wie können diese vermieden werden?



**Christian Hillgartner**  
HR Systems Professional  
Siemens AG Österreich



## Chatbot: Kennen Sie schon CARL? Das ist Ihr digitaler HR Assistent

CARL ist der HR Chatbot von Siemens und hilft Mitarbeiter\*innen von Siemens die richtigen Antworten auf HR-Fragen, egal ob Familienbonus Plus, Aktien oder Home Office, zu finden. Durch den Chatbot können die Mitarbeiter\*innen HR Themen schnell, selbständig und einfach lösen. Und wenn es sich um einen Auftrag an die HR handelt, so leitet CARL diesen an seine Kolleg\*innen weiter. Ein Umdenken muss stattfinden, da dies Auswirkungen auf die Mitarbeiter\*innen, das Management und HR-Kolleg\*innen hat. Durch eine ganzheitliche Lösung lassen sich HR Prozesse für alle Seiten beschleunigen und die wohl wertvollste Ressource – Zeit – wird geschont. Welche Schritte gesetzt wurden, was CARL genau macht und welche zukünftigen Schritte uns noch erwarten werden Sie hier erfahren.



**Florian Wurzer**  
Head of Talent Acquisition  
Germany & Austria  
Philip Morris International



## The Transformation Journey

Philip Morris International ist das weltweit führende Tabakunternehmen und hat eine klare Vision – Designing a Smoke-free Future.

Ein Widerspruch? Nein, es ist einfach ein klares Statement als Unternehmen langfristig erfolgreich sein zu wollen und sich hierbei disruptiv selbst zu hinterfragen und Dinge in Zukunft anders zu machen oder neu zu gestalten. Entsprechend durchzieht dieser Missionswandel die ganze Organisation, wir implementieren New Ways of Working, wir etablieren neue Abteilungen und wir werden immer stärker Consumer-Centric. Das gilt entsprechend auch für den Bereich Talent Acquisition. Bis vor ein paar Jahren gab es keine dezidierte TA-Abteilung und dieser Bereich war Teil des HR Generalisten-Themas. Wir freuen uns sehr über die PMI Talent Acquisition Reise genauso wie die Herausforderungen berichten und mit Euch diskutieren zu dürfen.



**Ildiko Peter**  
Senior Manager HR Marketing  
OTTO



## Building a tech employer brand

OTTO hat sich zu einem technologie- und datengesteuertem Unternehmen entwickelt. Wie schärft OTTO demnach seine Employer Brand für Developer und erreicht die Tech Community?

Ildiko spricht über erfolgreiche Recruiting-Strategien, Tech Content, Events und Online Marketing Kampagnen.



**Alexandra Foerster**  
Teamlead Recruiting & Employer  
Nestlé Deutschland



## „Keine Learnings ohne Trial-and-Error“ – die digitale Employer Branding Strategie von Nestlé Deutschland

Ingenieure, Brand- & Sales Manager, Ökotoxikologen, Tierärzte – beim größten Unternehmen für Lebensmittel und Getränke ist der Bedarf an Fach- und Arbeitskräften fast so vielfältig wie das Produktportfolio. Wie gelingt es, bei dieser Diversität die richtigen Bewerber anzusprechen – und vor allem: auf welchen Kanälen? Alexandra Foerster leitet das Recruiting und Employer Branding bei Nestlé Deutschland und gibt Einblicke in die digitale Employer Branding Strategie. Inklusive Best Practices und Pilotprojekten, die nicht optimal liefen, beispielsweise mit Start-ups, YouTube und Co., wodurch sich wertvolle Learnings über verschiedene Zielgruppen generieren lassen. Zum Schluss geht sie der Frage nach, wieso das Offline-Employer-Branding eine Renaissance erleben könnte.



**Lariza Avenilla**  
Referentin Talent Management &  
Recruiting  
Austrian Airlines AG



## Wie wir zum Wunsch-Arbeitgeber für die Weltoffenen unter den Guten werden wollen

Sowie der Wettkampf um den Standort Wien für uns als Airline deutlich spürbar ist, stellt auch der Kampf um die besten Talente am Arbeitsmarkt eine große Herausforderung dar. Mit unserer neuen Employer Branding Strategie wollen wir Talente gewinnen, die mit uns die Faszination für die Branche, für das Reisen und die Fliegerei in allen Facetten teilen. Wir erzählen in unserem Vortrag über unsere Erfahrungen und Learnings.



axel springer

**Dr. Konstanze Schlegelberger**  
Head of Talent Attraction  
Axel Springer SE



**Stefan Müller-Nedebock**  
Director Advisory  
Universum

**Mehr als die Summe aller Einzelteile: Herausforderungen und Chancen bei der Defintion einer Arbeitgeber-Dachmarke**

Die Einführung einer Arbeitgeber-Dachmarke in einer komplexen Unternehmensstruktur wie der Axel Springer Gruppe bietet einige Hürden von der EVP Definition bis zur kreativen Umsetzung. Wie geht man mit den Employer Brands der einzelnen Units um? Wie definieren wir einen echten Mehrwert durch eine Dachmarke? Einige Gedanken und Ideen hierzu in unserem Vortrag.



Bayern LB

**Andreas Blank**  
SVP Human Resources Development  
Bayerische Landesbank



Bayern LB

**Ralf Wengertner**  
Leiter Strategisches Marketing  
Bayerische Landesbank

**Traumarbeitgeber Landesbank? Warum manche Unternehmen Aufmerksamkeit brauchen, um ins Relevant Set von Bewerbern zu kommen.**

Während Banken vor 15 Jahren noch zu den attraktivsten Arbeitgebern gezählt haben, sind die klassischen Finanzinstitute für Nachwuchskräfte heute weniger interessant. Die Bayerische Landesbank hat auf diesen Trend reagiert und mit Ihrer „Traumjob“ Kampagne für Aufmerksamkeit gesorgt. Hierbei hat vor allem der Film zum Start polarisiert. Mit satirischen Elementen werden die Traumjobs von Kindern im Alter zwischen 5 und 9 Jahren unter die Lupe genommen und dem Arbeitsalltag bei der Bayerischen Landesbank gegenübergestellt.



ÖBB

**Birgit Schmöller**  
Head of Human Ressources  
Rail Cargo Group



ÖBB

**Nicolaus Gaspar**  
Senior Brand Manager  
ÖBB Holding

**40.000 Möglichmacher. Heute. Für Morgen. Für Uns.**

Die ÖBB setzt mit der partizipativen Entwicklung ihrer neuen Marke- und Arbeitgebermarke für 40.000 Mitarbeiter/innen und einem Recruitingbedarf von 10.000 Mitarbeiter/innen neue Maßstäbe am externen und internen Arbeitsmarkt. Mithilfe von empathischen Personas und erlebnisorientierten Journeys übersetzen die ÖBB die neue Positionierung und Employer Value Proposition erfolgreich in eine neue Employer Branding Kommunikation.

**BREAKOUT-SESSIONS:**



XING

**Kristina Knezevic**  
Country Managerin  
XING Österreich



LinkedIn

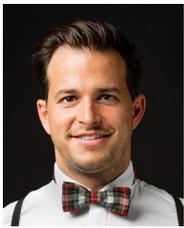
**Thoman Gaiswinkler**  
Employer Branding & Recruiting  
für Österreich  
LinkedIn

**Schluss mit austauschbarem Employer Branding – es braucht Transparenz und Cultural Fit**

Eine authentische Arbeitgebermarke ist kulturstiftend und somit weit mehr als nur bunte Bilder und austauschbare Marketingsprüche. Bereits heute lesen fünf von zehn Internetnutzer Arbeitgeberbewertungen. 76 Prozent lassen sich von einer Bewertung bei der Jobentscheidung beeinflussen. Somit müssen Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber hervorstechen – nach innen und außen. Transparenz sorgt dafür, dass Arbeitnehmer ganz genau wissen, wie es hinter Ihren Unternehmenskulissen aussieht und das kann man zu seinem Vorteil nutzen, indem man die richtigen Mitarbeiter anzieht und hält.

**Social Media Recruiting |Zielgruppenspezifische Ansprache & Targeting**

Zielgruppengerechte Kommunikation oder Werbung ist wirklich nichts Neues. Und gerade deswegen erstaunt es doch, dass ausgerechnet in dem Schlüsselbereich HR, unabhängig von Zielgruppe und Medium, die immergleiche Botschaft gesendet wird. Wir Sind. Wir Suchen. Wir Bieten. Um im aufziehenden War-For-Talent die besten Köpfe für sich zu begeistern, braucht es somit einen radikalen Bruch mit dieser verstaubten Tradition. Social Media Recruiting bietet die Möglichkeit seinen Wunschtalenten auf Augenhöhe zu begegnen und Sie mit Herz und Hirn für die eigene Arbeitgebermarke zu begeistern. Dafür braucht es die passende Botschaft und den richtigen Kanal.



**Mischa Hollenstein**  
Head of Sales Switzerland/Austria  
Haufe Group

**HAUFE.**



**Marko Mandic**  
Solutions Specialist  
Human Capital Management  
SAP Österreich GmbH



**Recruiting Revolution – Wie sie sich zukunftsgerecht gestalten**

Fachkräftemangel, War For Talents und der Mix der Generationen XYZ stellen das Recruiting vor immer neue Herausforderungen. Google for Jobs, Mobile Recruiting, Team Recruiting und Active Sourcing sind nur einige Themen, mit denen Sie sich in Zukunft beschäftigen sollten. In der Break Out Session zeigen wir Ihnen, wie Sie ihr Recruiting schon jetzt neu ausrichten können, um auch in Zukunft die richtigen Talente zu finden und an Ihr Unternehmen zu binden.



**Rudi Bauer**  
Geschäftsführer  
StepStone Österreich



**Magnet for Talent - Wie das intelligente Unternehmen Talente findet und bindet**

Werden Sie ein Magnet für Talente. Schaffen Sie so den Weg von der Findung, zur Bindung. Wie Sie einfach und intelligent mit weniger mehr erreichen, Prozesse automatisieren, Kunden begeistern und Mitarbeiter stärken.



**Andrea Starzer**  
Employer Branding ONLINE Expertin  
PromoMasters Online Marketing



**Die Mischung macht's: Mit Herz und Hirn die richtigen Mitarbeiter finden**

Mit der Digitalisierung hat sich das Berufsbild des Recruiters zunehmend gewandelt und Trendbegriffe wie „Robot Recruiting“ haben Einzug gehalten. Aber geht es bei der Mitarbeitergewinnung nicht um einen tiefmenschlichen Prozess?

Die Symbiose von Herz und Hirn kann nur funktionieren, wenn man die Möglichkeiten und Grenzen der beiden gegensätzlichen Pole kennt. Mit der richtigen Mischung aus Leidenschaft und Technik lassen sich Antworten auf alle großen Recruiting-Fragen unserer Zeit finden.

**Google for JOBS | Was Suchmaschinen können und SIE wissen sollten**

8 von 10 Kandidaten suchen ONLINE nach Ihrem Job.

- Wo bewegt sich Ihre Zielgruppe
- Wie wird gesucht – das Wort macht oft den Unterschied
- Wie können Sie das Suchergebnis via SEO & SEM beeinflussen
- Was kommt in puncto „Google for Jobs“ auf uns zu UND was macht eigentlich Ihr Mitbewerber

SIE haben die Fragen – ICH die Antworten.



**Judith Palatin**  
Programm-Management Talente  
Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH (FFG)



**Johanna Mayr**  
Head of Brand & Communications  
karriere.at



**Talente – das Förderprogramm der FFG**

Sie erhalten einen Überblick über die verschiedenen Förderungen im Programm Talente. Ziel der Talente Förderungen ist es, junge Menschen für Forschung und Entwicklung zu begeistern, Forscherinnen und Forscher mit der Wirtschaft zu vernetzen und gleiche Chancen für alle zu garantieren.

**Employer Branding – Werbemaßnahme oder Kulturarbeit?**

Im interdisziplinären Spannungsfeld zwischen HR und Marketing eine attraktive Arbeitgebermarke zu entwickeln, ist eine große Herausforderung für viele Unternehmen. Ziel ist es, Stellen zu besetzen, Fluktuation zu verringern und Motivation zu fördern – da reichen schöne Bilder allein nicht aus. Doch wie präsentiert man sich glaubwürdig? Und wer ist wirklich dafür zuständig: Marketing oder HR? Johanna Mayr, Head of Brand & Communications, diskutiert diese Fragen in ihrer Session und gibt Einblicke in die Employer-Branding-Praxis bei karriere.at.



**Christiane Schober**  
Senior Consultant  
Deloitte Consulting GmbH



**Florian Eibl**  
Consultant  
Deloitte Consulting GmbH



**Die Zukunft der Arbeit – Technologische und demografische Trends und ihre Auswirkungen**

Die heutige Arbeitswelt ist von einer Vielzahl von Veränderungsfaktoren geprägt. Zu den bedeutendsten dieser Trends gehören die technologische und demografische Entwicklung. Ziel dieser Breakout-Session ist es, aufzuzeigen, auf welchen Ebenen diese Trends die Zukunft der Arbeit beeinflussen, wie sich Jobs dadurch verändern, welche Kompetenzen zukünftig wichtiger werden und wie die Belegschaft & Organisation der Zukunft aussehen wird. In der Breakout-Session beleuchten wir, was unterschiedliche Bedürfnisse & Erwartungshaltungen von fünf (!) Generationen am Arbeitsplatz bedeuten, insb. jene der Millennials (1983-1994 geboren), die bereits knapp die Hälfte des Arbeitsmarktpotentials ausmachen. Diese Generationen-Vielfalt stellt Arbeitgeber vor neue Herausforderungen, die im Kontext des technologischen Wandels betrachtet werden müssen. Es wird dabei thematisiert, wie insb. die Generation der Millennials tickt und was Arbeitgeber tun können, um die Gesamtheit der Belegschaft bei dieser Transformation erfolgreich begleiten zu können.



# AGENDA

## TAG 1 - 03. DEZEMBER 2019

- 08:30 Uhr:** Einlass, Registrierung
- 09:00 Uhr:** Welcome
- 09:05 Uhr:** Key Note: Univ.Prof. Dr. Markus Hengstschläger
- 09:50 Uhr:** Key Note: Alexandra Eichberger, Magenta Telekom
- 10:35 Uhr:** Kaffeepause & Networking
- 11:00 Uhr:** 3 Breakout Sessions parallel:  
XING  
Deloitte Consulting GmbH  
Haufe Group
- 11:45 Uhr:** 3 Breakout Sessions parallel: Topics siehe oben
- 12:30 Uhr:** Mittagspause & Networking
- 13:30 Uhr:** 4 Praxisbeiträge parallel  
Siemens AG  
Nestlé Deutschland  
ÖBB  
Philip Morris International  
Austrian Airlines
- 14:00 Uhr:** 4 Praxisbeiträge parallel: Topics siehe oben
- 14:30 Uhr:** 4 Praxisbeiträge parallel: Topics siehe oben
- 15:00 Uhr:** Kaffeepause & Networking
- 15:30 Uhr:** Key Note: Klaus Fetka, Porsche Holding GmbH
- 16:15 Uhr:** 3 Breakout Sessions parallel:  
karriere.at  
SAP Österreich GmbH  
PromoMasters Online Marketing
- 17:00 Uhr:** 3 Breakout Sessions parallel: Topics siehe oben
- 17:45 Uhr:** Wrap-up
- 17:45 - 19:00 Uhr:** Aperitif
- 19:00 - 22:00 Uhr:** Gala zur Verleihung der

## TAG 2 - 04. DEZEMBER 2019

- 08:30 Uhr:** Einlass, Registrierung
- 09:00 Uhr:** Key Note: Prof. Dr. Armin Trost
- 09:45 Uhr:** Key Note: Martina Wolfgruber-Neubauer, Infineon
- 10:30 Uhr:** Kaffeepause & Networking
- 11:00 Uhr:** 4 Praxisbeiträge parallel:  
OTTO  
Swisscom AG  
Axel Springer SE  
Bayerische Landesbank
- 11:30 Uhr:** 4 Praxisbeiträge parallel: Topics siehe oben
- 12:00 Uhr:** 4 Praxisbeiträge parallel: Topics siehe oben
- 12:30 Uhr:** Mittagspause & Networking
- 13:30 Uhr:** 3 Breakout Sessions parallel:  
StepStone Österreich  
LinkedIn  
FFG
- 14:15 Uhr:** 3 Breakout Sessions parallel: Topics siehe oben
- 15:00 Uhr:** Key Note: Stefan Salzer, Red Bull GmbH
- 15:45 Uhr:** Wrap-up & Abschluss

# MODERATION



**Hannes Maier**  
Geschäftsführer  
Symbiosis Strategy & Branding und  
Employer Brand Managers Club



**Christoph Harringer**  
Geschäftsführer  
Symbiosis Strategy & Branding und  
Employer Brand Managers Club

# ORGANISATION

## TERMIN:

03. & 04. Dezember 2019

## UHRZEIT:

Beginn: 03. Dezember 2019 um 08:30 Uhr  
Ende: 04. Dezember 2019 um 16:00 Uhr

## LOCATION:

Parkhotel Schönbrunn  
Hietzinger Hauptstraße 10-16, 1130 Wien

## TEILNAHMEGEBÜHR:

Tagesticket inkl. Gala zur Verleihung de Employer  
Branding Awards: 695,- exkl. MwSt.

2-Tagesticket inkl. Gala zur Verleihung des  
Employer Branding Awards: EUR 1.190,- exkl.  
MwSt.

## INFOS & ANMELDUNG:

<https://www.talent-attract.com/>

## KONTAKT

Symbiosis Strategy & Branding  
☎ +43 662 890013  
✉ office@symbiosis.co.at